

VERSLAG

Business Werkgroep

1. INHOUD

1.	Inhoud.....	2
1	Praktische Info	3
1.1	Aanwezig.....	3
1.2	Agenda.....	4
2	Inleiding.....	5
2.1	Context Visualo.....	5
2.2	OSLO.....	5
2.3	VLOCA.....	5
2.4	Inspiratie.....	7
3	Brainstormsessie	9
3.1	Doel van de Brainstormsessie	9
3.2	Aanpak.....	9
3.3	Use Cases	11
3.4	Concepten.....	15
4	Volgende Stappen	17
4.1	Design sessie met lokale handelaars	17
4.2	Onderzoek naar privacy.....	17
4.3	Volgende werkgroepen	17
5	Bijlagen.....	18
5.1	Sfeerbeelden van de Werkgroep.....	18
5.2	Use Cases - Mural	19
5.3	Concepten - Mural.....	21

1 PRAKTISCHE INFO

- Datum: 07/11/2022
- Locatie: Herman Teirlinckgebouw Brussel, Av. du Port 88, 1000 Bruxelles

1.1 AANWEZIGEN

Stad Halle

- Kasper Vanbeginne

Stad Dendermonde/ Oost vlaanderen

-
- Pieter-Jan Fieremans

Studenten (Erasmus hogeschool Brussel)

- Lenart Timmermans
- Joachim Van Schelvergem

Vera

- Tinne Cahy

Provincie Oost-Vlaanderen - POLIS

- Joachim Van den Bergh

Digitaal Vlaanderen - OSLO

- Arne Smet
- Arne Scheldeman

Digitaal Vlaanderen - VLOCA

- Fabian De La Meilleure
- Alain Glickman

1.2 AGENDA

Duurtijd	Topic	Wie
09u00 - 09u10	Welkom en agenda	Arne Scheldeman
09u10 - 09u30	Aanleiding en context	Stad Halle - Kasper Vanbeginne
09u30 - 09u45	Introductie OSLO	Arne Scheldeman
09u45-10u00	Introductie VLOCA	Fabian De La Meilleure
10u00 - 10u10	Inspiratie	Arne Scheldeman
10u10 - 10u25	Pauze	
10u25 - 11u40	Brainstormsessie	Arne Scheldeman / Arne Smet
11u40 - 12u00	Q&A en volgende stappen	Arne Scheldeman / Arne Smet

2 INLEIDING

2.1 CONTEXT VISUALO

VISUALO - Veelzijdige InfoSchermen voor Updates en Acties van Lokale Ondernemers.

Met het Visualo-project willen de initiatiefnemers, waaronder stad Halle, een gezond en aantrekkelijk stadscentrum creëren waar lokale verkopers, horeca, organisaties en de mensen die er wonen samen kunnen komen en de stad op een andere manier kunnen beleven. Aan de hand van verschillende technologieën en gerichte communicatie zal het aanbod van lokale handelaren gepromoot worden om zo interactie met de inwoners te verhogen.

Het doel van OSLO is om de datastromen semantisch te modelleren en de structuur van de data te standaardiseren in de context van het Visualo-project. Hierbij zal de focus gelegd worden op het opzetten van een gegevensuitwisseling tussen lokale handelaars en steden/gemeenten m.b.t. advertenties in brede zin. De semantische standaard zal dieper ingaan op wat een advertentie is voor lokale handelaars en voor een stad/gemeente. Welke data gevraagd, gedeeld en bijgehouden kan worden om uiteindelijk meer tractie te creëren in de stadskern.

2.2 OSLO

Het initiatief voor dit standaardisatie traject komt vanuit Stad Halle & Dendermonde. Het is de bedoeling om zo te zorgen voor meer samenhang en een betere begripbaarheid en vindbaarheid van de Data. Op die manier kan iedereen gegevens makkelijker gebruiken. Met OSLO wordt er concreet ingezet op semantische en technische interoperabiliteit. De vocabularia en applicatieprofielen worden ontwikkeld in co-creatie met o.a. Vlaamse administraties, lokale besturen, federale partners, academici, de Europese Commissie en private partners (ondertussen meer dan 4000 bijdragers).

Extra informatie en een verzameling van de datastandaarden zijn te vinden op volgende links: <https://overheid.vlaanderen.be/oslo-wat-is-oslo> en <https://data.vlaanderen.be/>

2.3 VLOCA

VLOCA, de Vlaamse Open City Architectuur, is een initiatief van het Agentschap Binnenlands Bestuur van de Vlaamse Overheid.

Onze hulp aan lokale besturen start bij het scherpstellen van duidelijke, verstaanbare use cases en loopt door tot de aanbestedingsfase van het project. We vormen op deze manier een duidelijke brug tussen de beleidsdoelstellingen van het lokale bestuur en de technische laag waarin de oplossingen beschreven en geïmplementeerd worden. We stellen de juiste vragen en verzamelen de noden en behoeften van alle stakeholders (lokale besturen, kenniscentra, bedrijven en burgerorganisaties).

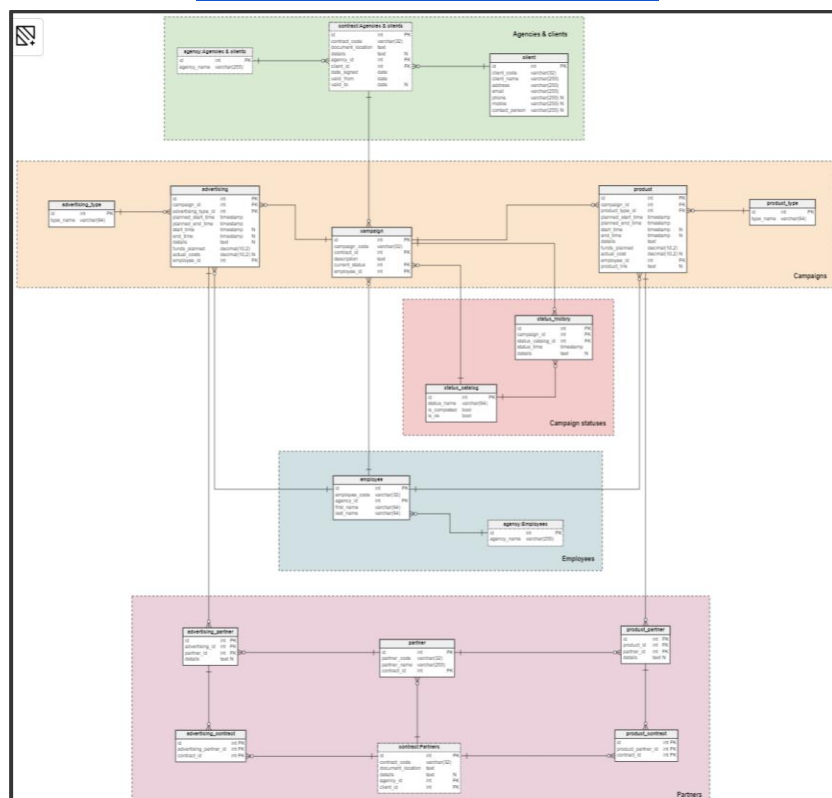
Door een gestructureerde aanpak en verwerking van deze informatie stimuleren we de ontwikkeling van herbruikbare bouwblokken, standaarden en normen die van Vlaanderen één grote

interoperabele slimme regio kunnen maken. De opgedane kennis en ervaring wordt ontsloten via een kennishub waarop onder andere draaiboeken, architectuur componenten en modellen ter beschikking gesteld worden voor alle andere lokale besturen en stakeholders.

2.4 INSPIRATIE

Als voorbereiding op de werkgroep werd er onderzoek gedaan naar reeds bestaande standaarden, modellen of nuttige informatie omtrent het onderwerp. Onderstaande model (zie link hieronder) visualiseert het concept van een advertentiecampaagne en vormt een mogelijke vertrekbasis voor het toekomstig 'Visualo' data model.

[Het marketing agentschap datamodel](#)



Hieronder worden de belangrijkste secties besproken:

Sectie 1: “Agentschappen” en “Klanten”: Deze sectie beschrijft wie de opdrachten/ diensten uitvoert en tegelijkertijd voor wie ze worden uitgevoerd.

Sectie 2: “Campagnes”: In deze sectie zal er gedetailleerde informatie terug te vinden zijn die vasthangt aan de diensten die het agentschap levert naar zijn klanten. Meer bepaald welke werknemer(s) zullen deze campagne mee vorm geven, welk type product of welk advertentie type werd gekozen? Onder het product kan er de effectieve advertentie verstaan, meer bepaald een audiovisuele opname voor de promotie van een nieuw product. Het advertentietype werpt dan eerder een blik op het gekozen medium en de acties die nodig zijn om het product effectief tot bij de doelgroep te krijgen. Een tal van andere data kan bijgehouden worden in dit model. (zie link bovenaan).

Sectie 3: “*Campagne statussen*”: Hierin zal er hoofdzakelijk data terug te vinden zijn die voor 2 verschillende doeleinden kan gebruikt worden. Eerst en vooral om een opvolging te kunnen doen van de campagnes die momenteel actief zijn. Vervolgens om een overzicht te krijgen op reeds uitgevoerde campagnes en hun effectiviteit, efficiëntie van het team, etc.

Onderstaande tabel geeft weer wat wel en niet opgenomen is in het datamodel. Pluspunten van het datamodel komen reeds naar boven in de uitleg per sectie. Wat nog ontbreekt in bovenstaand model is de focus op de doelgroep (vb inwoners van de stad/gemeente). Aangezien de doelgroep een belangrijke rol speelt in het Visualo-traject is dit een rol die mogelijks zal opgenomen worden in de verdere werkgroepen.

+	-
<ul style="list-style-type: none">● Campagne info is aanwezig● Partners worden meegenomen in het model● Contracten tussen rollen● verschillende producten and advertentie types mogelijk● Status/Verloop van de campagne zichtbaar● Output / Resultaten	<ul style="list-style-type: none">● Klantgegevens<ul style="list-style-type: none">○ Doelgroep○ Potentiële klanten○ ...

3 BRAINSTORMSESSIE

Het doel en de aanpak van de virtuele brainstormsessie worden hieronder beschreven. Tevens worden de screenshots van de brainstorm hierin samengevat.

3.1 DOEL VAN DE BRAINSTORMSESSIE

- Inzichten verkrijgen in huidige en potentiële use cases m.b.t. advertenties in zijn breder geheel.
- Concepten rond advertenties oplijsten.
- Informatienoden en bestaande datamodellen capteren.

3.2 AANPAK

Vooraleer we de brainstormsessie van start lieten gaan, zorgde we voor een korte introductie. Hier was het de bedoeling om de participanten van de brainstormsessie op te warmen aan de hand van twee vragen. Via de mentimeter werden volgende twee wordclouds verkregen:





De brainstormsessie wordt ingedeeld in drie oefeningen: Oplijsten van use cases, oplijsten van concepten en het oplijsten van data modellen. De eerste en tweede oefening zijn met elkaar gelinkt, aangezien de concepten in de tweede oefening worden gedefinieerd aan de hand van de use cases uit de eerste oefening. De bedoeling is om rond het topic advertenties (op mogelijks interactieve infoschermen) zo breed mogelijk te trekken.

Hieronder worden de use cases en concepten opgelijst, deze zijn ook terug te vinden via de [Visualo Mural](#).

3.3 USE CASES

3.3.1 Use Case Stad / Gemeente

1. Als stad wil ik weten of ik aan de hand van slimme technologieën (AI,..) bepaalde gevoelige gegevens kan verzamelen (GDPR-gerelateerd). *vb. Vervagen van personen maar wel kunnen herkennen of het een kind vs 65+ is*
2. Als stad wil ik unanimiteit rondom het uiterlijk van de advertenties.
3. Als stad wil ik de burger kunnen betrekken bij lokale denkvragen / toekomstige lokale bestuursbeslissingen.
4. Als stad wil ik de aandacht rond lokale bestuursbeslissingen vergroten.
5. Als stad wil ik procentueel weten hoeveel mensen de nederlandse reclame begrijpt.
6. Als stad wil ik procentueel zien hoe de schermtijd verdeeld is.
7. Als stad wil ik weten welke restricties we kunnen opleggen binnen het gebruik van het platform / digitaal scherm. (maximale zendtijd, maximale kostprijs,...)
8. Als stad wil ik dat de zijstraten van de centrale winkelstraten en de daar aanwezige winkels visibiliteit krijgen.
9. Als stad / gemeente wil ik een portfolio aan mogelijke advertentiecampaagnes in handen hebben (combinatie van locaties & zendtijd,...) met elk zijn eigen prijs.
10. Als stad / gemeente wens ik dat er een screening gebeurt alvorens de campagne live kan gaan.
11. Als stad wil ik het imago van de winkelstraat verbeteren door ze attractiever te maken.
12. als stad / gemeentebestuur wil ik de infoborden gebruiken om het eigen beleid letterlijk aan de burger te brengen (Zie puntje 4.)
13. Als stad / gemeentebestuur wil ik dat de infoborden voor een breder gebruik dan enkel advertenties kunnen ingezet worden in combinatie met een volledige integratie in het beleid van steden.
14. Als stad wil ik mijn schermtijd ook informatief kunnen gebruiken. (wandroutes - weer & verkeer...)
15. Als stad wil ik data zien die mij een beeld geeft van de gezondheid van de lokale handel.
16. Als stad wil ik de mogelijkheden bekijken / hebben om een integratie te hebben met stadsapp.
17. Als stadsbestuur wil ik feedback vragen & verzamelen met betrekking tot een actie, promo,...
18. Als stadsbestuur wil ik mijn centrum / winkelgebied promoten.
19. Als stad wil ik een democratische concurrent van JCDecaux kunnen faciliteren.
20. Als stadsbestuur wil ik mijn return on investment kennen.
21. Als stadsbestuur wil ik dat de borden meer dan louter een promotool zijn maar ook data kunnen vergaren.
22. Als boekhouder wil ik een duidelijk afsprakenkader rond de financiering van VISUALO per type advertentie & type onderneming.

3.3.2 Use Case lokale handelaar

1. Als lokale handelaar wil ik feedback vragen & verzamelen met betrekking tot een actie, promo,...
2. Als lokale handelaar wil ik mijn centrum / winkel gebied promoten.
3. Als lokale handelaar wil ik dat de borden meer dan louter een promotool zijn maar ook data kunnen vergaren.
4. Als lokale handelaar wil ik mijn return on investment kennen.
5. Als lokale handelaar wil ik een betaalbaar medium om mijn business te promoten & short term promoties aan te bieden.
6. Als groep van lokale handelaars willen we info kunnen plaatsen over het specifieke evenement. (extra notitie Arne Smet : moeten we hiermee ook dan rekeningen houden gekeken naar budgetgebruik,...).
7. Als lokale handelaar wil ik mijn bereik en de band met mijn klanten verhogen.
8. Als lokale handelaar wil ik de promotie van de infobord een maximaal integreren in mijn eigen promoties & advertenties. (zowel fysiek als digitaal?)
9. Als lokale handelaar wil ik niet dat de stad uit het niets extra schermtijd kan krijgen.
10. Als lokale handelaar wil ik oproepen kunnen doen indien extra personeel gewenst is (vacatures op de schermen plaatsen).
11. Als lokale handelaar wens ik vroegtijd mijn advertentie te onderbreken of gedurende de looptijd aan te passen.
12. Als lokale handelaar wil ik mijn advertenties ook om andere media kunnen posten.
13. Als lokale handelaar, specifiek binnen de horeca, wil ik een link inleggen met "too good to go" om zo duurzaamheid te stimuleren & promoten in de stad.
14. Als lokale handelaar wil ik een "instant-voucher" actie kunnen uitvoeren (happy hour achtige acties).
15. Als lokale handelaar wil ik weten wanneer er veel ouderen of studenten in de stad aan het rondwandelen zijn.
16. Als lokale handelaar wil ik een eenvoudige gratis onboarding krijgen omtrent het gebruik van de applicatie.
17. Als lokale handelaar wil ik tijdsgebonden doelgroep targeting kunnen gebruiken. (einde schooltijd → promoties focus op jongeren, marktdag → promo's uit de markt / koffiepromo's na de markt in de horeca zaken,...).
18. Als lokale handelaar wil ik duidelijk de locatie van mijn handelszaak kenbaar maken.
19. Als lokale handelaar wil ik kunnen bijhouden hoe mijn advertentie het doet & waar er verbeteringen mogelijk zijn.
20. Als lokale handelaar wil ik via data inzicht krijgen in de effectiviteit van mijn advertenties / campagnes.
21. Als lokale handelaar wil ik een standaard formaat per type advertentie.
22. Als marketing bureau wil ik burgers op een interactieve manier kunnen bevragen.

3.3.3 Use Case Klanten / Burger

1. Als klant / burger wil een artikel kunnen reserveren aan de hand van een applicatie / het scannen van een QR-code op het scherm.
2. Als klant / burger wil ik bij warm weer info over ijsjes en bij koud weer over warme wafels, bij regen over paraplu's..., (targeted informatie geven).
3. Als koper wil ik een specifiek voordeel kunnen genereren door de interactie met het scherm.
4. Als klant / burger wil dat de slimme elementen in het infoscherm mijn eigen privacy niet schenden. (bij gebruik van camera wil ik niet herkenbaar gefilmd/gestreamd/... worden.
5. Als klant wil ik previews / suggesties over specifieke locaties waar ik een bepaald goed kan kopen.
6. Als klant wil ik aan de hand van augmented reality reeds kunnen zien hoe het promo product mij zou passen indien van toepassing.
7. Als klant wil ik de actuele promoties van op het infoscherm kunnen delen met vrienden via verschillende platformen.
8. Als klant wil ik begeleid worden in het winkelgebied. "welke winkel kan ik waar vinden? een route maken op het scherm & vervolgens overzetten op de telefoon".
9. Als klant / burger wil ik weten wat de actuele events zijn binnen een bepaalde afstand.
10. Als klant / burger wil ik weten waar er in de buurt nog plaatsen vrij zijn om te eten.
11. Als klant / burger wil ik suggesties verkrijgen bij bepaalde noden & vragen.
12. Als klant / burger wil ik promoties van markthandelaren zien.
13. Als klant / burger wil ik dat mijn gegevens niet opgeslagen worden wanneer ik een qr code scan.
14. Als klant wil ik een spaarpunten module geïntegreerd zien aan de hand van een applicatie.
15. Als klant / burger wil ik weten welke nieuwe handelszaken recent geopend zijn in de buurt.
16. Als klant / burger wil ik het scherm kunnen gebruiken vanuit mijn smartphone aan de hand van het scannen van een qr-code.
17. Als klant / burger wil ik gepersonaliseerde informatie & advertenties ontvangen via het infoscherm in de straat.
18. Als klant / burger wil ik een duidelijk zicht hebben op welke data over mij kan verzameld worden en wat ermee gebeurt.
19. Als klant / burger wens ik zicht te krijgen op welke gegevens worden bijgehouden.
20. Als klant / burger wil ik weten waar ik terecht kan in de stad voor een specifieke nood & vraag.
21. Als klant / burger wil ik zeker en vast geen gedateerde informatie zien.

3.3.4 Use Case Infoschermen

1. GDPR: camera voor AR + veiligheidsfunctie (vandalisme).
2. Technologie: wat met het gebruik van audio in het infoscherm? enkel op aanvraag? permanent?

3. Soorten advertenties op het infoscherm.
 - a. Constante advertenties (wederkerend) = brand awareness creation
 - b. Instant: CTA (=tijdsgebonden advertenties)
4. Industrie: kunnen niet-handelaars leuke weetjes posten? bv. #aantal geboortes in het lokaal ziekenhuis, etc...
5. Scherm: indien interactief → automatisch terugkeren naar het default startscherm na een bepaalde tijd?
6. Ideale wandelroute bij selectie van winkels.
7. Spelletjes voor kinderen die ergens moeten wachten (stations,...).

3.4 CONCEPTEN

3.4.1 Concepten Lokale Handelaar

1. Feedback
2. Winkelgebied
3. Connectie
4. Band
5. Schermtijd
6. Campagne
7. Inzichten
8. Onboarding
9. Onderbreek mogelijkheid
10. Aanpas mogelijkheid
11. Instant voucher acties
12. Too good to go
13. Duurzaamheid
14. Effectiviteit
15. Vacatures
16. Medium
17. Bereik
18. Locatie
19. Lokale handelaar

3.4.2 Concepten Technologie

1. Weetjes
2. GDPR
3. Constante advertenties
4. Interactief
5. AR
6. Audio
7. Instant advertenties
8. Games

3.4.3 Concepten Stad

1. Denkvragen
2. Bestuursbeslissingen
3. Unanimiteit
4. Screening
5. Maximale zendtijd
6. Maximale kostprijs
7. Visibiliteit
8. Feedback
9. Stadsapp

3.4.4 Concepten Klant

1. Gecapteerde data van klant
1. QR-code
2. Gerichte informatie
3. No streaming
4. Reserveren
5. Suggesties
6. Spaarpunten
7. No filming

4 VOLGENDE STAPPEN

4.1 DESIGN SESSIE MET LOKALE HANDELAARS

Begin december faciliteert de stad Halle een design sessie waarbij ze samen met verschillende lokale handelaars op zoek zullen gaan naar de requirements voor dit traject. Op basis van de eerste business werkgroep in combinatie met de uitkomst van de design sessies zal een sneuvel model (eerste versie van het data model) opgesteld worden om mee te nemen naar de eerste thematische werkgroep.

4.2 ONDERZOEK NAAR PRIVACY

Er kan zeker gezegd worden dat privacy & GDPR een zeer hot topic is in onze huidige maatschappij. Ook zijn er binnen de verschillende stakeholdergroepen reeds pogingen ondernomen om op deze thema's werken. Het leek een goede stap om vervolgens over te gaan tot onderzoek in [Solid](#) om te zien welke mogelijke linken gefaciliteerd kunnen worden met het Visualo-traject.

4.3 VOLGENDE WERKGROEPEN

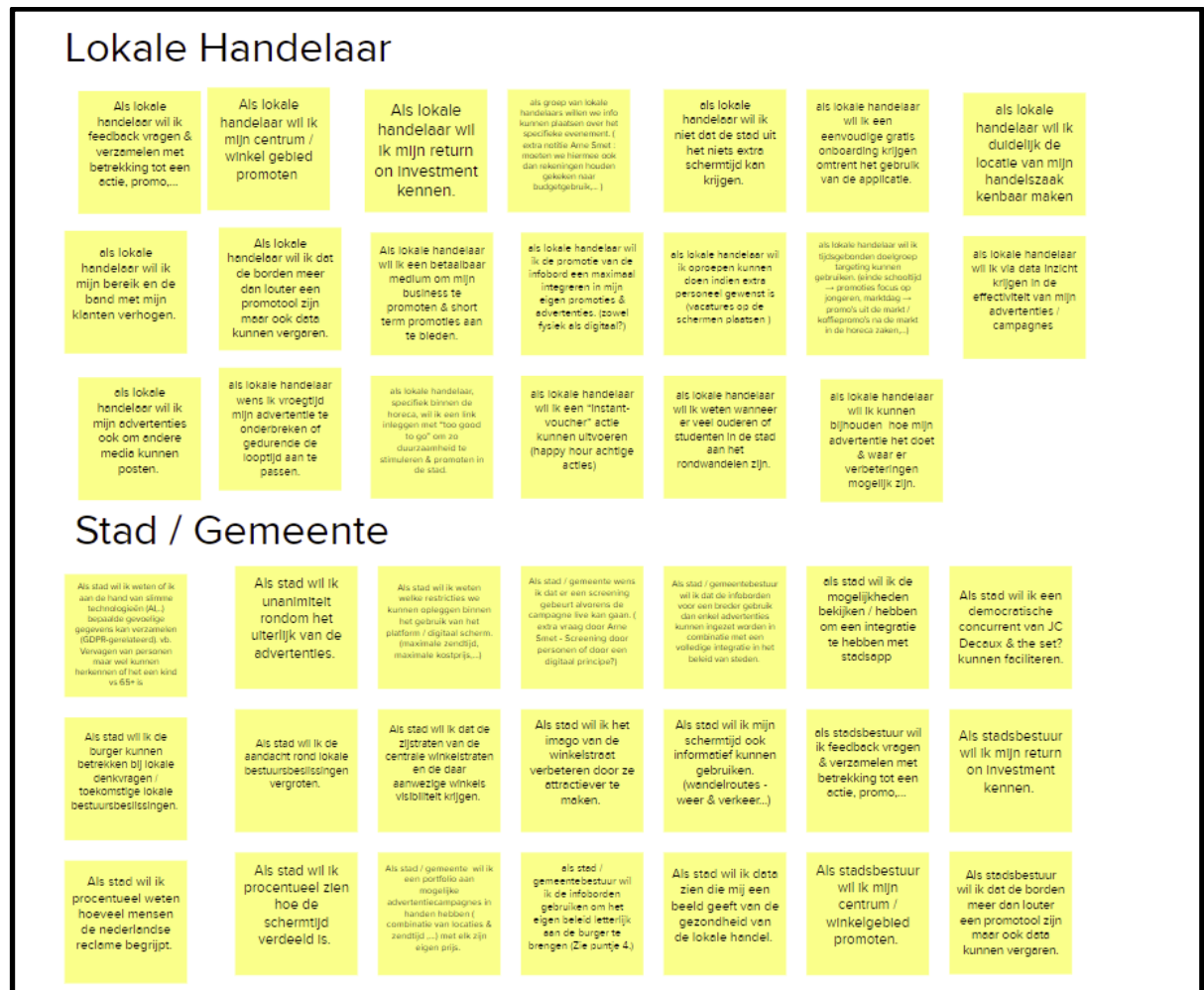
Indien u graag zou willen deelnemen aan één van de aankomende werkgroepen, kan u via de onderstaande link een overzicht van de workshops terugvinden en u ook zo inschrijven. De eerste thematische werkgroep zal plaatsvinden op maandag 9 januari om 09u00 via Microsoft Teams. Inschrijvingslink: [OSLO-Visualo](#)

5 BIJLAGEN

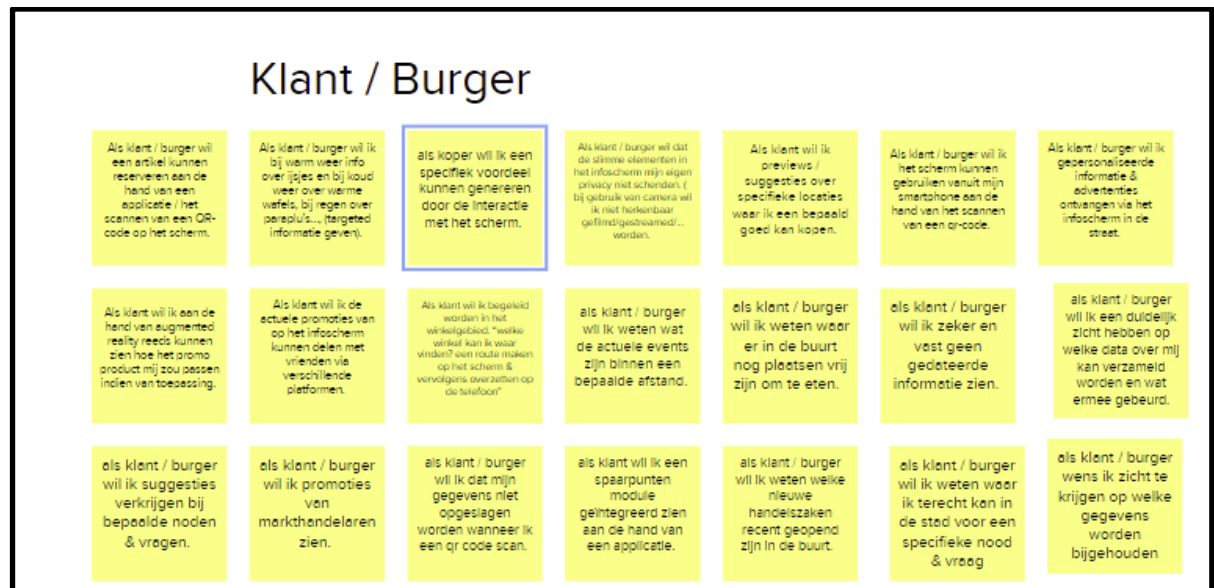
5.1 SFEERBEELDEN VAN DE WERKGROEP



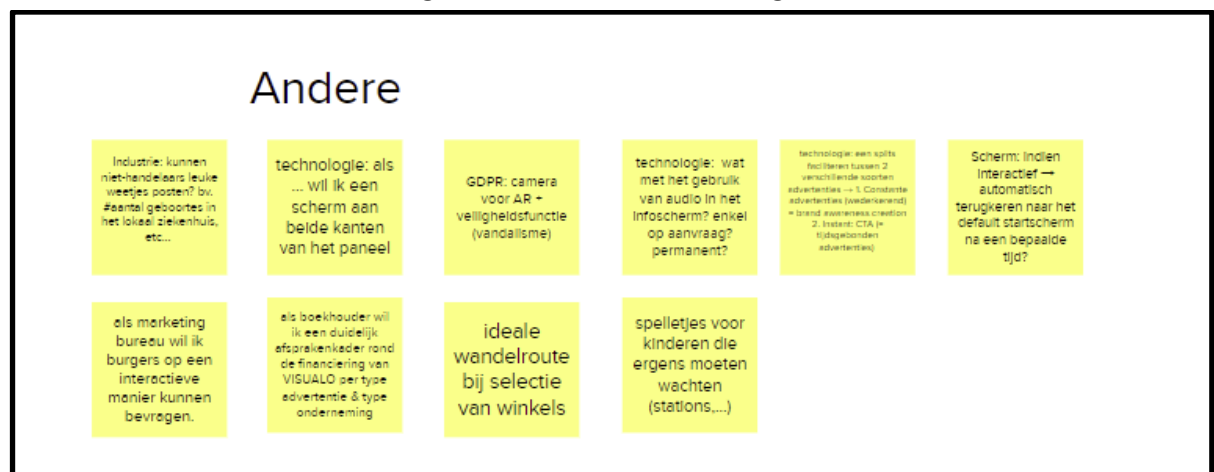
5.2 USE CASES - MURAL



Figuur 1. Use Cases - Lokale Handelaar + Stad/Gemeente



Figuur 2. Use Cases - Klant/Burger



Figuur 3. Use Cases - Andere

5.3 CONCEPTEN - MURAL



Figuur 4. Concepten deel 1



Figuur 5. Concepten deel 2